



FIRMADO POR:

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"
"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

Plan de Comunicaciones 2019

Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional

1. Introducción

El Senace es un organismo público especializado encargado de evaluar los Estudios de Impacto Ambiental detallados (EIA-d) de los proyectos de inversión de mayor envergadura del país, y está adscrito al Ministerio del Ambiente (MINAM).

El Senace cuenta con tres años en el ejercicio de sus funciones desde la primera transferencia de funciones¹, durante los cuales se han implementado diversas estrategias y campañas de comunicación que tuvieron como objetivo dar a conocer su misión, así como posicionar a la entidad como una entidad técnica, rigurosa y transparente.

Las iniciativas referidas en el párrafo anterior fueron implementadas primero por la Coordinación General de Comunicación e Imagen Institucional², y luego por la Unidad de Comunicación e Imagen Institucional³ (COM).

La COM es un órgano de apoyo de la Gerencia General que articula, integra y ejecuta las acciones vinculadas a comunicación, prensa, imagen, eventos, protocolo y relaciones públicas del Senace. Para cumplir con dicho encargo, formula e implementa el Plan de Comunicaciones de la entidad, el mismo que se diseña en coherencia con las políticas y lineamientos de Estado, de Gobierno y sectoriales correspondientes.

El Plan de Comunicaciones es un documento que orienta y define los públicos a priorizar, estrategias, acciones y mensajes clave, así como las metas. El plan comprende tanto a la comunicación interna como a la comunicación externa y es complementado por el Manual de Identidad Institucional⁴, las Disposiciones para la Gestión de las Redes Sociales⁵ y los Lineamientos de Actuación para Voceros⁶, que constituyen documentos de gestión de la COM.

Cada actividad que desarrolla una organización contribuye, positiva o negativamente, a la construcción de su imagen y reputación pública. Por ello, resulta estratégico para el Senace gestionar su reputación y construir su posicionamiento. Si bien dicha tarea recae en cada uno de los colaboradores de la entidad, es responsabilidad de la COM orientar y conducir este proceso de mejora continua de la imagen y reputación institucional, tanto hacia dentro de la organización, como hacia fuera.

Por ello, la gestión de la comunicación interna y externa resulta fundamental. De un lado la comunicación interna contribuye a fortalecer la cultura organizacional, a

¹ Resolución Ministerial N° 328- 2015-MINAM

² Resolución Jefatural N° 087-2018-SENACE/J

³ Decreto Supremo N° 009-2017-MINAM que aprobó el nuevo Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Senace.

⁴ Resolución de Secretaría General N° 001-2015-SENACE/SG

⁵ Resolución de Gerencia General N° 00013-2018-SENACE/GG

⁶ Resolución de Gerencia General N° 00015-2018-SENACE/GG



través de campañas que motivan, sensibilizan e integran a los colaboradores. De otro lado, la comunicación externa brinda la oportunidad para informar de manera oportuna y transparente los avances y resultados de la gestión.

En ese marco, cabe señalar que un estudio de percepciones de 2018 reveló que el 61% de los actores clave priorizados del Senace tienen una opinión favorable respecto de la entidad y sobre su rol de evaluación ambiental de proyectos de inversión⁷.

Es necesario tener en cuenta que en el 2019 la entidad enfrentará contextos excepcionales y desafiantes que deben ser considerados en el diseño e implementación de estrategias, planes y acciones de comunicación, tales como la elección del nuevo Presidente Ejecutivo de la entidad, la asunción de nuevas autoridades en los gobiernos regionales y municipales en todo el país, la solicitud de certificación ambiental de proyectos de inversión de mayor complejidad o con antecedentes de conflictividad social y la transferencia de funciones de evaluación ambiental de nuevos sectores (Industria, Pesca, Saneamiento, Vivienda y Construcción).

Sobre la base de lo expuesto, el Senace requiere un Plan General de Comunicación que contribuya con el posicionamiento institucional de su misión y una sensibilización respecto del valor público que representa el impulso de inversiones ambiental y socialmente sostenibles para el desarrollo del país.

2. Antecedentes y Marco Normativo

El Senace es un organismo público especializado encargado de evaluar los Estudios de Impacto Ambiental detallados (EIA-d) de mayor envergadura de los proyectos de inversión pública, privada o de capital mixto. El Senace, creado mediante la Ley N° 29968, está adscrito al Ministerio del Ambiente (MINAM).

El 9 de noviembre de 2017, mediante el Decreto Supremo N° 009-2017-MINAM se aprobó el nuevo Reglamento de Organización y Funciones (ROF) del Senace, creándose de esta manera la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional (COM), encargada de articular, integrar y ejecutar las acciones vinculadas a comunicación, prensa, imagen, eventos, protocolo y relaciones públicas del Senace, en coordinación con los órganos y unidades orgánicas.

La COM es una unidad de la Gerencia General y tiene a su cargo las siguientes funciones:

- a) Proponer el diseño y estrategia institucional de comunicaciones, prensa e imagen en coordinación con la Alta Dirección.
- b) Ejecutar las acciones de comunicación social, publicaciones, prensa, imagen, eventos, protocolo y relaciones públicas.
- c) Coordinar con los órganos y unidades orgánicas las actividades protocolares y actos oficiales en los que participe el Senace.
- d) Centralizar, procesar y difundir la información a los medios de comunicación, de acuerdo con las políticas institucionales.

⁷ Estudio de percepción elaborado por Ipsos para el Senace entregado en febrero de 2018.

**PERÚ**Ministerio
del AmbienteServicio Nacional de Certificación Ambiental
para las Inversiones SosteniblesUnidad de
Comunicaciones e
Imagen Institucional

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"
 "Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

- e) Elaborar, proponer y ejecutar el Plan de Comunicaciones de la entidad, así como efectuar el seguimiento y evaluación.
- f) Diseñar, en coordinación con los órganos competentes, el Portal Institucional del Senace.
- g) Asesorar a la Alta Dirección en los procesos de su competencia.
- h) Otras funciones que le asigne la Secretaría General.

De otro lado, en el Plan Operativo Institucional para el Año Fiscal 2019 – financiado (POI 2019)⁸, el cual se encuentra articulado a las Acciones Estratégicas Institucionales (AEI) y Objetivos Estratégicos Institucionales (OEI) del Plan Estratégico Institucional del Senace 2018-2022 Modificado⁹ (PEI 2018-2022 Modificado).

Entre las actividades estratégicas del PEI 2018-2022 Modificado se encuentra:

OEI		AEI		Unidad Responsable
Código	Descripción	Código	Descripción	
OEI.03	Fortalecer la Gestión Institucional	AEI 03.05	Gobierno abierto implementado en el Senace (Transparencia, Ética y Anticorrupción)	OA/OAC/COM

Fuente: PEI 2018-2022 - Modificado

En el PEI vigente, COM tiene establecido una meta programada en el 2019 en la AEI 03.05, tal como se aprecia en el siguiente cuadro:

Acción Estratégica Institucional	Indicador	Unidad de medida	2019	Unidad Responsable
AEI 03.05 Gobierno abierto implementado en el Senace (Transparencia, Ética y Anticorrupción)	Porcentaje de percepción respecto del Senace.	Porcentaje	65%	COM

Fuente: PEI 2018-2022 - Modificado

Del mismo modo, en el POI del Senace 2019 – Financiado, la COM tiene programado realizar dos (2) actividades operativas, que contienen 7 tareas:

Actividad Operativa	Tareas
Gestión de la Comunicación e Imagen Institucional	• Diseño de plan general de comunicaciones • Diseño y difusión de materiales sobre participación ciudadana y certificación ambiental • Elaboración de estudio de percepción de actores clave
Implementación de campañas y eventos institucionales	• Implementación de acciones de comunicación externa • Implementación de campañas de comunicación interna • Implementación de campañas en redes sociales • Organización de eventos y protocolo

Fuente: POI 2019 - Financiado

Como se puede apreciar, es en cumplimiento de este marco normativo que se formula el presente plan.

⁸ Resolución de Presidencia Ejecutiva N° 0006-2019-SENACE/PE

⁹ Resolución del Consejo Directivo N° 00002 -2019-SENACE/CD

3. Alcance¹⁰

El Plan de Comunicaciones 2019 del Senace es un documento que guía el trabajo de la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional del Senace y se sostiene en el Plan Estratégico Institucional y el Plan Operativo Institucional correspondientes.

El Plan de Comunicaciones 2019 es un documento vivo, en el sentido que podrá sufrir ajustes y modificaciones sobre la base de decisiones internas y/o factores externos que así lo provoquen, de manera tal que se alcance los objetivos propuestos.

La implementación del Plan de Comunicaciones 2019 del Senace es de responsabilidad de la COM, en articulación y coordinación con la Alta Dirección y los órganos de la entidad.

4. Objetivos

El Plan de Comunicaciones 2019 del Senace plantea los siguientes objetivos de comunicación interna y externa:

Comunicación Interna	• Garantizar que el 100% de los voceros institucionales o mandos directivos estén entrenados en habilidades de comunicación.
	• Incrementar en 5% el índice de satisfacción sobre la gestión de la comunicación interna.
Comunicación Externa	• Alcanzar el 65% de corriente de opinión favorable respecto de la labor que realiza el Senace.
	• Capacitar a dos (2) grupos editoriales (medios de comunicación) estratégicos en certificación ambiental.
	• Incrementar en 30% el conocimiento del Senace en universidades priorizadas

5. Estratégias de Comunicación

Las líneas estratégicas de comunicación se articulan a los lineamientos de política institucional definidos en el PEI 2018-2022¹¹, de acuerdo con lo señalado en el numeral 4.3 del presente documento.

A partir de estos lineamientos institucionales se ha construido el Plan General de Comunicación que implementará la Unidad de Comunicaciones e Imagen Institucional, en coordinación con la Alta Dirección y con el concurso de los órganos de línea, apoyo y asesoramiento, según corresponda.

Enfoque de la comunicación

¹⁰ Las actividades de capacitación y coordinación dirigidas a incrementar el conocimiento sobre el Senace en instituciones del Estado corresponden a la Dirección Estratégica en Evaluación Ambiental, en el marco de sus funciones de articulación.

¹¹ Resolución del Consejo Directivo N° 00002 -2019-SENACE/CD

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"
"Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

La COM desarrollará un trabajo de comunicación proactivo, identificando y evaluando todas aquellas oportunidades que nos permitan difundir de manera óptima los mensajes institucionales. Para ello se implementarán las acciones en dos frentes:

- Comunicación interna: dirigida a los trabajadores del Senace.
- Comunicación externa: dirigida a los públicos externos del Senace.

Definición de Públicos Objetivos

El Senace es una entidad altamente especializada, con un ámbito de intervención de alcance nacional, pero con limitados recursos para realizar intervenciones comunicacionales en toda la costa, sierra y selva, sea en espacios urbanos o rurales. Asimismo, dado el contraste existente entre sus públicos objetivos – desde la consultora ambiental altamente especializada hasta el ciudadano de a pie –, se requiere precisar el ámbito de intervención comunicacional a través de una segmentación de sus públicos:

Tipo de público	Primario	Secundario	Terciario
Interno	Servidores Civiles	- Practicantes - Nómina de Especialistas¹²	Profesionales interesados
Externo	- Pobladores de zonas de influencia - Medios de comunicación - Universidades	- Titulares, gremios, consultoras ambientales - Estado: opinantes técnicos - Organizaciones de la sociedad civil - Colegios profesionales - Think tanks	Público en general

Teniendo en cuenta las limitaciones de recursos con las que cuenta la COM, el presente plan prioriza al público objetivo primario para la implementación de las estrategias y acciones de comunicación.

Claves estratégicas

De manera transversal, se plantean las siguientes claves estratégicas de comunicación:

- Transmitir confianza en los diferentes públicos del Senace.
- Refrescar la imagen institucional: ajustes a la línea gráfica¹³.
- Consolidar aliados a nivel interno: líderes.
- Construir relaciones con actores externos: capacitación a periodistas e intervención en universidades.

¹² Si bien los miembros de la Nómina de Especialistas son proveedores de servicios, en tanto realizan su labor en las instalaciones del Senace son considerados en algunas campañas de comunicación interna, por ejemplo: Seguridad y Salud en el Trabajo, Ética e Integridad, etc.

¹³ No se realizará cambios al logo ni a la identidad gráfica, sino que se actualizará la paleta de colores.

**PERÚ**Ministerio
del AmbienteServicio Nacional de Certificación Ambiental
para las Inversiones SosteniblesUnidad de
Comunicaciones e
Imagen Institucional

"Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad"
 "Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres"

La estrategia para la comunicación interna:

- Potenciar las herramientas y canales internos de comunicación de manera creativa, logrando impactar en el servidor civil y su forma de hacer las cosas.
- Generar contenidos relevantes que promuevan cambios conductuales y mejoren la relación entre la entidad y el servidor civil.
- Contribuir a difundir y promover la participación en actividades que motiven la integración y el trabajo en equipo.

La estrategia para la comunicación externa:

- Implementar herramientas de sensibilización y educación a la población de las áreas de influencia de los proyectos.
- Identificar y promover canales de comunicación claros y frecuentes que permitan informar a la población sobre las acciones desarrolladas por el Senace.
- Desarrollar acciones conjuntas entre la entidad y actores claves.

Definición de atributos y contenidos

Para la comunicación interna, los contenidos girarán en torno al valor "Respeto". La campaña relacionada con el valor institucional de "Respeto" apunta a una consolidación de la cultura. Para lograrlo se emitirán mensajes claros, sencillos y coloquiales sobre la importancia de vivir este valor en diferentes aspectos de nuestra convivencia interna.

Para la comunicación externa, los contenidos girarán en torno a los atributos de "Calidad" y confianza". El atributo de Calidad permitirá visibilizar los esfuerzos institucionales por mejorar la calidad técnica de los estudios ambientales y de su evaluación, mientras que el atributo Confianza busca sensibilizar sobre la importancia de una participación ciudadana inclusiva y con enfoque intercultural.

El lema institucional se mantendrá: "Impulsamos el desarrollo sostenible del país".

Herramientas

Las herramientas que se utilizarán son transversales al enfoque de la comunicación planteado en este plan:

Com. Interna	Com. Externa
	Prensa
	Relaciones Públicas
	Social Media
Audiovisual	
Eventos	
Material POP	
Mailing	
Fondos de pantalla	
Murales y carteles	
Boletines	

6. Acciones propuestas

A continuación, se detallan las acciones a implementar por la COM:



Ministerio
del Ambiente

Servicio Nacional de Certificación Ambiental
para las Inversiones Sostenibles

Unidad de
Comunicaciones e
Imagen Institucional

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”
“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”

OEI/ AEI	POI tarea operativa		Acciones	Indicadores	Unidad de medida	Metas 2019												Órgano responsable
	AO	Tarea				I Trimestre			II Trimestre			III Trimestre			IV Trimestre			
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
OEI.03 / AEI03.05	Gestión de la Comunicación e Imagen Institucional	Diseño de plan de comunicaciones	Elaborar plan de comunicaciones 2019	Plan elaborado	Documento aprobado		1										COM / GG	
		Diseño y difusión de materiales sobre participación ciudadana y certificación ambiental	Colección de historietas ¹⁴ (edición 2 a 5)	# de materiales sobre PC y CA	Materiales diseñados y difundidos										1	COM		
			Juego de mesa de la certificación ambiental ¹⁵								1	COM						
			Ruleta Senace ¹⁶								1	COM						
			Microprogramas radiales ¹⁷								1	COM						
		Elaboración de estudio de percepción de actores clave	Elaboración de estudio de percepción de actores clave	Estudio elaborado	Informe final de proveedor								1		COM / OPP			
	Implementación de campañas y eventos institucionales	Implementación de acciones de comunicación externa	Capacitación a periodistas de Lima y Provincias ¹⁸	# de reuniones implementadas	Informe de actividad							1	1		1	COM / DGE		
			Capacitación a servidores de Senace para mejorar habilidades de comunicación	# de servidores capacitados	Informe de actividad				1		1	1		1		COM		
			Senace TV	Producto	# videos difundidos					1	1	1	1	1	1	COM		
			Blog Institucional	Producto	# post publicados					1		1	1	1		COM		
		Implementación de campañas de comunicación interna	Campaña sobre valores institucionales	Campaña implementada	Informe de campaña		1											COM
			Campaña sobre Igualdad de género					1										

¹⁴ Proyecto incluye 5 ediciones. Ya se realizó el N°1. Ediciones 2 a 5 reprogramadas sujeto a disponibilidad presupuestal.

¹⁵ Actividad no ejecutada. Por reprogramar, sujeto a disponibilidad presupuestal.

¹⁶ Actividad no ejecutada. Por reprogramar, sujeto a disponibilidad presupuestal.

¹⁷ Actividad no ejecutada. Por reprogramar, sujeto a disponibilidad presupuestal.

¹⁸ Actividad no ejecutada. Por reprogramar, capacitaciones en provincias sujeto a disponibilidad presupuestal.



Ministerio
del Ambiente

Servicio Nacional de Certificación Ambiental
para las Inversiones Sostenibles

Unidad de
Comunicaciones e
Imagen Institucional

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”
“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”

OEI/ AEI	POI tarea operativa		Acciones	Indicadores	Unidad de medida	Metas 2019												Órgano responsable
	AO	Tarea				I Trimestre			II Trimestre			III Trimestre			IV Trimestre			
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
			Campaña sobre Canal de integridad				1											
			Campaña sobre Ecoeficiencia				1											
			Campaña sobre Cuidado de bienes					1										
			Campaña sobre Firma digital – EVA					1										
			Campaña sobre Seguridad y salud en el trabajo			1												
			Campaña sobre Gestión del rendimiento							1								
			Campaña Directiva de no regalos													1		
			Proyecto Transformación cultural – campaña Respeto			Campaña implementada	Informe de campaña		1									
		Implementación de campañas en redes sociales ¹⁹	Campaña sobre nómina de especialistas	Campaña implementada	Informe de campaña	1												COM
			Campaña sobre Guía Resumen Ejecutivo				1											
			Campaña sobre EVA					1										
			Campaña sobre Participación Ciudadana						1									
			Campaña sobre Resumen Ejecutivo							1								
			Campaña sobre Aportes ciudadanos								1							
			Campaña sobre Contacto Senace									1						
			Campaña sobre IntegrAmbiente										1					
			Campaña sobre Manuales de evaluación											1				
			Campaña sobre difusión de página web												1			

¹⁹ Los nombres de las campañas son referenciales ya que pueden ser cambiadas según las prioridades que se presenten cada mes.



Ministerio
del Ambiente

Servicio Nacional de Certificación Ambiental
para las Inversiones Sostenibles

Unidad de
Comunicaciones e
Imagen Institucional

“Año de la lucha contra la corrupción y la impunidad”
“Decenio de la Igualdad de Oportunidades para Mujeres y Hombres”

OE/ AEI	POI tarea operativa		Acciones	Indicadores	Unidad de medida	Metas 2019												Órgano responsable
	AO	Tarea				I Trimestre			II Trimestre			III Trimestre			IV Trimestre			
						ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SET	OCT	NOV	DIC	
			Campaña sobre principio de indivisibilidad													1		
			Campaña sobre integridad – no regalos														1	
		Organización de eventos y protocolo ²⁰	Senace abre sus puertas	Evento realizado	# eventos									1			COM	
			Jueves Minero IIMP												1			
			Eventos con universidades										1	1	1			

²⁰ La realización y participación en eventos organizados por terceros puede variar según disponibilidad de presupuesto y agenda de funcionarios designados.

7. Presupuesto

Para el presente ejercicio fiscal, la COM cuenta con el siguiente presupuesto:

Presupuesto COM 2019 en S/		
PIA	852,320.00	
	CAS	Bienes/Servicios
	815,712.00	36,608.00

8. Otras actividades y acciones

En adición a lo señalado en los acápites anteriores, la COM desarrolla tareas y actividades relacionadas con las funciones:

- b. Ejecutar las acciones de comunicación social, publicaciones, prensa, imagen, eventos, protocolo y relaciones públicas.
- c. Coordinar con los órganos y unidades orgánicas las actividades protocolares y actos oficiales en los que participe el Senace.

En ese sentido, es preciso señalar que existe una estrecha coordinación con los órganos de línea del Senace para el desarrollo de materiales de comunicación y sensibilización que facilitan el trabajo que llevan a cabo con los administrados, consultoras ambientales, entidades que emiten opinión técnica en el proceso de evaluación ambiental, así como sociedad civil y otros públicos identificados en el presente plan.

Del mismo modo, la COM brinda apoyo en la implementación de los planes de articulación y relacionamiento con actores clave que realizan tanto la Alta Dirección como la Dirección de Gestión Estratégica en Evaluación Ambiental (DGE).

En el frente interno, la COM asiste, a solicitud, a los órganos de apoyo y asesoramiento en la difusión de sus actividades, lineamientos y políticas y la sensibilización sobre temas estratégicos y/o que impactan sobre el clima laboral, en especial con la Unidad de Recursos Humanos.

Finalmente, la COM coordina con otras entidades públicas, a través del Ministerio del Ambiente, la ejecución de campañas de comunicación sectoriales y de gobierno. Asimismo, la COM coordina con otras entidades públicas de gobierno nacional y subnacional, cuando corresponde, para llevar a cabo el diseño y ejecución conjunta de campañas de comunicación.

9. Seguimiento y evaluación

Se realizará reporte trimestral del cumplimiento del presente plan.